



БОЧКО Владислав Владимирович
Кандидат экономических наук, доцент
кафедры экономики предприятий

Уральский государственный
экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург,
ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Тел.: (343) 221-17-21
E-mail: kafpp@mail.ru

Vladislav V. BOCHKO
Cand. Sc. (Econ.), Associate Prof. of
Enterprises Economics Dept.

Ural State University of Economics
620144, RF, Yekaterinburg,
8 Marta/Narodnoy Voli St., 62/45
Phone: (343) 221-17-21
E-mail: kafpp@mail.ru



МАЙДАНИК Вера Ивановна
Кандидат экономических наук, доцент
кафедры внешнеэкономической
деятельности

Уральский государственный
экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург,
ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Тел.: (343) 221-17-36
E-mail: vimaydanik@gmail.com

Vera I. MAYDANIK
Cand. Sc. (Econ.), Associate Prof.
of Foreign Economic Activity Dept.

Ural State University of Economics
620144, RF, Yekaterinburg,
8 Marta/Narodnoy Voli St., 62/45
Phone: (343) 221-17-36
E-mail: vimaydanik@gmail.com

JEL classification

A29, I25, L26, M13

Предпринимательство и геймификация в обучении предпринимателей

Ключевые слова

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ
АКТИВНЫЕ ФОРМЫ
В ОБУЧЕНИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Аннотация

Предпринимательство играет существенную роль в развитии современной России. В статье рассматривается происхождение терминов «предприниматель» и «предпринимательство». Акцентируется внимание на процессе обучения предпринимателей, в том числе с применением различного рода игровых форм. На примере программы «Пирамида» разбирается процесс обучения начинающих предпринимателей.

Предпринимательство играет важную роль в современном экономическом развитии России. Однако до сих пор нет четкого определения ни категории «предприниматель», ни категории «предпринимательство», а также нет ясности, в какой момент появляется реальный предприниматель и какие процессы этому способствуют.

В экономической литературе понятие «предприниматель» впервые появилось во «Всеобщем словаре коммерции», изданном в Париже в 1723 г. Ричард Кантильон (английский экономист, 1680–1734), который считал что предприниматель это человек, действующий в условиях риска, ввел термин «предприниматель» в научный оборот. В дальнейшем многие исследователи обращались к этому вопросу. Так, Ж. Бодо определял предпринимателя как лицо, несущее ответственность за предпринимаемое дело; тот, кто планирует, контролирует, организует и владеет предприятием (1797 г.). Фрэнсис Уокер считал, что следует различать тех, кто предоставляет капитал и получает за это проценты, и тех, кто получает прибыль благодаря своим организаторским способностям (1876 г.). Дэвид Макклелланд полагал, что предприниматель – это энергичный человек, действующий в условиях умеренного риска (1961 г.). Питер Друкер называл предпринимателя человеком, использующим любую возможность с максимальной выгодой (1964 г.). Альберт Шапиро говорил, что предприниматель – это человек, проявляющий инициативу, организующий социально-экономические механизмы. Действуя в условиях ри-

ска, он несет полную ответственность за возможную неудачу (1975 г.). Карл Веспер предполагал, что предприниматель по-разному выглядят в глазах экономиста, психолога, других предпринимателей и политиков (1980 г.). Роберт Хизрич определял предпринимательство как процесс создания чего-то нового, что обладает стоимостью, а предпринимателя как человека, который затрачивает на это все необходимое время и силы, берет на себя весь финансовый, психологический и социальный риск, получая в награду деньги и удовлетворение достигнутым (1985 г.) [5].

Научное исследование предпринимательства впервые осуществил Й. Шумпетер [6]. В настоящее время под предпринимательством (предпринимательской деятельностью) понимают инициативную самостоятельную деятельность граждан и их объединений, осуществляемую на свой риск и под свою имущественную ответственность, направленную на регулярное получение прибыли. Субъектами предпринимательской деятельности могут выступать как отдельные граждане-предприниматели (индивидуальное предпринимательство), коллективы людей (коллективное предпринимательство), так и государство в лице государственных органов. Предпринимательство может осуществляться как с применением наемного труда, так и без него, и по своему характеру делится на коммерческое и некоммерческое [1].

Только в середине XX века сложилось современное понимание предпринимателя как новатора, ставящего перед собой задачи по реформированию про-

Entrepreneurship and Gamification in Entrepreneurs Training

Entrepreneurship plays a significant part in the modern economic development of Russia. However, there is still no precise definition of the categories "entrepreneur" and "entrepreneurship", as well as it is not clear at what stage the real entrepreneur emerges and what processes contribute to that.

In the economic literature the word "entrepreneur" first appeared in the Universal Dictionary of Commerce published in Paris (1723). Richard Cantillon (an Irish-French economist, 1680–1734) assumed that an entrepreneur was an individual acting under conditions of risk as a risk-bearer. R. Cantillon coined the term "entrepreneur" and introduced it into science. Subsequently, many researches addressed this issue. So, J. Beaudeau supposed that an entrepreneur was an individual bearing full responsibility for the business launched, owning the enterprise and responsible for planning, supervising and organizing its activity (1797). Francis Walker believed that one should distinguish between those who supplied funds and received interest and those who received profit from managerial capabilities (1876). According to David McClelland, an entrepreneur is an energetic moderate risk-taker (1961). Peter Drucker defines an entrepreneur as a person who maximizes opportunities through systematic innovations (1964). According to Albert Shapero, entrepreneur is a person who takes initiative and organizes some socio-economic mechanisms. Acting under conditions of risk, he accepts full responsibility for a possible failure (1975). In Karl Vesper's opinion, entrepreneur is seen differently by economists, psychologists, other business people and politicians (1980). Robert Hisrich proposed the following definition of entrepreneurship: a process of creation of something different with a value. Thus, an entrepreneur is an individual who devotes all necessary time and effort, assuming the accompanying financial, psychological and social risks and receiving the results of monetary and personal satisfaction (1985) [5].

The first scientific investigation of entrepreneurship was carried out by J. Schumpeter [6]. Nowadays by entrepreneurship (entrepreneurial activity) we mean initiatives and independent activities of citizens and their associations, performed at their own risk and at their material liability and aimed at gaining regular profit. Business entities include individual entrepreneurs (sole proprietorship), groups of people (collective entrepreneurship) and the state represented by the public authorities. Entrepreneurship may use (or may not) wage labour, and by its nature is divided into commercial and non-commercial [1].

It was not until the beginning of the XX century that the modern understanding of the notion "entrepreneur" was formed: they are innovators, who set themselves the tasks of reforming the production, manufacturing products through introducing inventions (breakthrough ideas, high technologies, and new services), improving the production, finding advanced markets and encouraging new industries. In other words, it is recognized that innovations and novelty are an integral part of entrepreneurship.

Search for novel ideas (business ideas) and their implementation is one of the most complicated tasks of entrepreneurs. They are required to not only think creatively and find effective solutions, but also understand the power landscape dominating in a particular situation.

Independence and autonomy of business entities are the most important characteristics of entrepreneurship [3]. Inner impulses are the basis of their behaviour. As an entrepreneur, every person has to resolve all problems of their business independently on the basis of economic benefits and situation in the markets.

At the same time, more than 70% of today's first-time entrepreneurs (including legal entities and sole traders/unincorporated companies) can hardly keep their business for more than 2 years. The main reasons for that are a lack of entrepreneurial talent, an inability to start doing



САВЕЛЬЕВА Ирина Николаевна

Кандидат экономических наук, доцент кафедры внешнеэкономической деятельности

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург,
ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Тел.: (343) 221-17-36
E-mail: irinasavel'yeva2008@yandex.ru

Irina N. SAVELYEVA

Cand. Sc. (Econ.), Associate Prof. of Foreign Economic Activity Dept.

Ural State University of Economics
620144, RF, Yekaterinburg,
8 Marta/Narodnoy Voli St., 62/45
Phone: (343) 221-17-36
E-mail: irinasavel'yeva2008@yandex.ru

Keywords

ENTREPRENEURSHIP
ENTREPRENEUR
ACTIVE FORMS IN ENTREPRENEURS TRAINING

Summary

Entrepreneurship plays a significant part in the modern economic development of Russia. The article discusses the origin of the terms "entrepreneur" and "entrepreneurship". The special attention is paid to the training process of entrepreneurs including various forms of game. The case of the Pyramid Program considered in the article demonstrates the training process of would-be entrepreneurs.

JEL classification

A29, I25, L26, M13

изводства, по выпуску продукции через внедрение изобретений (новые идеи, новые технологии, новые услуги), совершенствованию производства, нахождению новых рынков сбыта, созданию новых отраслей промышленности. Иными словами, признается, что новаторство и новизна являются неотъемлемой частью предпринимательства.

Поиск новых идей (бизнес-идей) и их реализация – это одна из самых сложных задач предпринимателя. Требуется не только умение творчески мыслить и находить новые решения, но и понимание расклада сил, действующих в сложившейся обстановке.

Важнейшим признаком предпринимательства является самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов [3]. В основе их поведения лежат внутренние побуждения. Каждый человек, становясь предпринимателем, самостоятельно решает все вопросы деятельности своего предприятия исходя из экономической выгоды и рыночной конъюнктуры.

В то же время сегодня более 70% начинающих предпринимателей (как юридических лиц, так и индивидуальных предпринимателей без образования юридического лица) не доходят до второго года существования своего бизнеса. В первую очередь на это влияет отсутствие предпринимательского таланта, способности не только начать что-то делать, но и уметь выполнять определенно-го вида работы продолжительное время. Считается, что истинными предпринимателями могут быть не более 5–7% населения страны, которые действительно добиваются выдающихся результатов. Но не стоит забывать и о том, что многим не хочется становиться предпринимателями, рисковать своими сбережениями, тратить энергию на достижение неясных (призрачных) результатов, работать по 14–16 часов в сутки без выходных и праздничных дней, полагаясь только на себя. Такие люди могут быть прекрасными наемными работниками и достичь, может быть, гораздо большего успеха, работая на других. Но как понять, к какой категории кто относится?

Причинами, по которым одни становятся успешными предпринимателями, а другие перебиваются «от заказа до заказа» и в конце концов закрывают бизнес, являются как личные и деловые качества предпринимателя, так и его способность идти на оправданный риск для воплощения своей заветной мечты.

Однако личные качества предпринимателя являются половиной залога успеха в предпринимательской деятельности. Те граждане, которые не только обладают верой в себя, инициативой, стремлением к достижению результата, но используют еще и знания, в том числе инновации, в различных областях науки и, что важно, применяют их на практике, действительно становятся успешными предпринимателями.

Основным субъектом предпринимательской деятельности выступает предприниматель, однако он не является единственным участником этого процесса. Предприниматель строит свои взаимоотношения с другими субъектами предпринимательской деятельности, и в первую очередь с потребителем, а далее им рассматриваются государство и другие субъекты (партнеры, конкуренты по бизнесу и т.п.).

Во взаимоотношениях предпринимателя с потребителем предприниматель является, как правило, активным участником, в то время как потребителю свойственна прежде всего пассивная роль. Однако поведение потребителя выступает «лакмусовой бумажкой» предпринимательского процесса: непосредственно оценивает желание и готовность или нежелание и неготовность приобрести ту или иную продукцию.

Таким образом, с точки зрения общественного производства предприниматель выступает в роли активного субъекта, в то же время с точки зрения предпринимательского процесса (его сути) на первый план выходит потребитель (покупатель). Без покупателя предприниматель не сможет реализовать свои идеи и добиться успеха.

Все это тесно связано со стадиями развития предпринимателя: «вспышка» (деятельность строится на основе энтузиазма и интуиции предпринимателя); «развитие предприятия» (привлекаются экономические знания); «мнимая стабилизация» (деятельность налажена, но еще нет ясного видения будущего развития предприятия); «устойчивое существование» (разрабатывается стратегический план) [2].

Так как границы между отраслями становятся все более расплывчатыми, а предприятия, в том числе малые, все более высокоорганизованными, важным моментом в становлении и развитии предпринимателя является получение разнообразных знаний, которые он стремится приобрести на различных курсах

повышения квалификации. Можно выделить несколько групп таких курсов: классические лекции и семинары, «лекции-беседы», тренинги. Первые две группы широко представлены в высших учебных заведениях, а третья – в многообразных консалтинговых и тренинговых фирмах.

Однако зачастую предпринимателю получить необходимые знания мешает отсутствие у него достаточного количества свободного времени. Исходя из этого, предприниматель, стремясь получить новые знания, часто выбирает краткосрочные курсы, которые длятся 1–3 дня (включая выходные и праздничные дни). Такими курсами в современных условиях стали тренинги, одной из основных особенностей которых является применение активных форм обучения для взрослых.

В то же время часто наблюдается ситуация, когда предприниматель, потратив свое драгоценное время на тот или иной тренинг, выражает сожаление, что те вопросы, которые он планировал решить, побывав на тренинге, или не были затронуты совсем, или рассмотрены поверхностно.

Можно выделить несколько классических недостатков тренинговых программ:

- нет концептуальной основы обучения и, как следствие, «скелета» обучающих программ для предпринимателей;
- тренинги не встроены в единую систему обучения предпринимателей, а носят фрагментарный характер;
- на тренингах дают информацию, но не формируют навыки (а это возможно только в случае использования активных методов обучения);
- нередко предлагаемый стиль тренинга далек от формирования экономического мышления у предпринимателя;
- часто заявленные цели не коррелируются с определенными проблемами предпринимателей (в частности, проблема получения кредита возникает вследствие неспособности экономически обосновать бизнес-идею, в то же время многие программы «упускают» возможность научить базовым экономическим навыкам).

Но не стоит забывать еще один важный недостаток, который может сыграть роль разрушителя даже самого успешного тренинга – формирование группы участников. Очень часто в погоне за клиентом (предпринимателем) обучающие организации собирают «разношерстную» аудиторию, предлагая ей

something and perform a particular kind of work for a long time. It is believed that only 5–7% of a country's population can become true entrepreneurs and achieve outstanding results. But we should bear in mind that not everyone wishes to become a business person, endanger their savings, waste time and energy on fulfilling unclear and elusive goals, work 14–16 hours a day without weekends and holidays and rely only on themselves. Such people are usually hard-working employees and often achieve better results if working for others. But how do you know which category they belong to?

There are many reasons why some people become successful entrepreneurs while others lead paycheck-to-paycheck existence and eventually close down their businesses. These reasons include, for example, personal and management qualities of entrepreneur which are of great importance for doing business, his/her ability to take justified risks and realize their cherished dream, etc.

However, personal qualities of entrepreneurs are not a guarantee of doing successful business. Only those people can really become successful entrepreneurs who believe in themselves, show initiative and desire to achieve results and also apply their knowledge, including innovations, in various scientific fields and put them into practice. An entrepreneur serves as the main profit-making entity. However, he/she is not the only participant of entrepreneurial activity. Business owners build up their relationships with other business entities and consumers in the first place. After that they start considering the state and other entities (partners, business competitors, etc.).

In entrepreneur-consumer relationships, the former is usually an active participant while the latter performs a passive role. However, consumer behaviour serves as the touchstone of entrepreneurial process: it reflects the desire and willingness, or on the contrary, reluctance and unwillingness to purchase a particular product.

Thus, from the standpoint of public production entrepreneur is associated with an active entity. But at the same time, it is the customer (buyer) who comes to the fore from the viewpoint of entrepreneurial process (its essence). Entrepreneurs cannot implement their ideas and become successful without consumers.

All this is closely related to the stages of entrepreneur development: "flash" (the activity is based on enthusiasm and in-

tuition of the entrepreneur); "enterprise development" (knowledge in economics is involved); "seeming stabilization" (the activity is well-organized but there is no clear vision of the company's development in the future); "sustainable existence" (the strategic plan is worked out) [2].

Nowadays the boundaries between economic sectors are becoming increasingly blurred and enterprises, including small ones, are getting more organized. This justifies the fact that extensive knowledge which entrepreneurs try to acquire in vocational courses and trainings exerts a substantial influence on formation and development of a business person. We can distinguish several types of such educational programs: classic lectures and seminars, "lecture-conversation", and trainings. The first two groups are offered in higher educational institutions, and the third one – in diverse consulting and training firms.

However, very often entrepreneurs are short of time that prevents them from gaining all the necessary knowledge. On that basis, an entrepreneur, when seeking to gain new knowledge, often chooses short-term classes that last 1–3 days (including weekends and holidays). In the modern context such courses embrace trainings that apply active teaching methods for adults.

At the same time, we can often face a situation when entrepreneurs remain unsatisfied with the training and its results because they did not find solutions to their problems and the issues they planned to discuss during the program have only been mentioned perfunctorily.

We can highlight several typical shortcomings of training programs:

- There is no conceptual framework of training and, consequently, no basis for educational programs for entrepreneurs;
- Trainings are not integrated into the single system of training of entrepreneurs and are rather fragmented;
- Educational courses provide information but do not form skills (it is possible only if active methods of training are used);
- Frequently the suggested style of training cannot contribute to the formation of economic thinking of an entrepreneur;

- The stated goals of the courses do not correlate with the real problems of business people (in particular, the problem of getting a credit emerges due to inability to provide economic rationale for a business idea and, at the same time, many

programs miss the opportunity to teach the fundamental economic skills).

But we should bear in mind one more considerable disadvantage which can ruin even the most comprehensive training, i.e. forming a group of participants. Quite often, in the pursuit of a client (entrepreneur) education organizations, when providing trainings with catching names, attract a motley audience. As a result, it has a negative effect on attendees, coaches and even training organizations themselves. Moreover, these could be bona fide education companies which fell under the so-called "effect of denial" of any training programs (among entrepreneurs this denial passes off after quite a long time).

So, what kind of training would be most popular among entrepreneurs? There is no unequivocal answer to this question, but as practice demonstrates, most frequently business people choose those training programs which, as they think, can provide both theoretical knowledge and practical skills solidified through game situations.

Using game situations during a training session, coaches provoke eustress among participants. According to the Definition Dictionary of the Russian Language, eustress means a state, in which a person can feel and understand problems and is able to resolve them, or positive stress, or the opposite side of stress. Theoretically, eustress occurs when a participant (player) analyses the potential benefits of his/her game achievements and victories. It is worth noting that in contrast to negative stress, eustress exerts a positive effect on organism. Human body recovers from eustress very quickly. Positive stress stimulates the processes of learning, growth and development as opposed to negative stress which reduces activity, causes depression and fears, brings anxiety, etc.) [4; 8].

The studies show that positive stress can occur anytime and anyplace, if a person realizes that he/she is within the system of the game which makes it possible to pick up various kinds of awards and celebrate achievements.

Hence, it can be argued that applying games (business, role-playing, situational) causes beneficial influence on entrepreneurs (search for new business ideas) and those who plan to become ones.

We will call this phenomenon *gamification* in the training system of today's entrepreneurs.

программы со звучными названиями, а в результате страдают как слушатели, так и тренеры, а часто и сами тренинговые фирмы. Причем это могут быть добросовестные компании, которые попали под так называемый «эффект отрицания» любых обучающих программ (у предпринимателя отрицание проходит только через достаточное длительное время).

Так какие же тренинги будут иметь больший успех у предпринимателя? Однозначного ответа на данный вопрос не существует, но практика показывает, что чаще всего предприниматели выбирают те тренинги, на которых они могут получить и теоретические, и практические знания, закрепленные через игровые ситуации (game).

Используя игровые ситуации во время проведения тренинга, ведущие провоцируют у участников тренинга эустресс (согласно Толковому словарю русского языка под эустрессом понимают состояние человека, способного чувствовать вокруг себя наличие проблем и быть в состоянии решить их, или положительный стресс, или стресс наоборот). Теоретически эустресс возникает, когда участник (игрок) анализирует потенциальную выгоду от своих игровых достижений или побед. Стоит отметить, что в отличие от отрицательного стресса эустресс полезен для организма. После него наше тело быстро возвращается в нормальное состояние. Положительный стресс стимулирует процессы обучения, роста и развития в отличие от отрицательного стресса (снижает активность, вызывает уныние, повышает тревожность, вызывает страхи и т.п.) [4; 8].

Исследования показывают, что положительный стресс может возникать в любое время и в любом месте, если человек понимает, что находится в системе игры, которая дает возможность получения различного рода наград и достижений.

Таким образом, можно утверждать, что применение игр (деловых, ролевых, ситуационных) приводит к положительному воздействию на предпринимателей (поиск новых идей для бизнеса) и на лиц, собирающихся таковыми стать.

Назовем данное явление гейминизацией (от английского слова *game* – игра) в системе обучения современных предпринимателей.

Как уже упоминалось выше, существует четыре стадии развития предпринимателя. Если применить использование активных игр в различных тренингах, то можно с большой долей вероятности

утверждать, что такое обучение будет полезно на любой стадии и особенно на первой («вспышка») и третьей («мнимая стабилизация»).

На сегодняшний день для начинающих предпринимателей предлагается множество тренингов, сообщающих потенциальному их участнику о возможности (после окончания тренинга) начать свое дело. Однако в большинстве случаев посещение таких занятий сводится к «дорожной карте» по регистрации предприятия или индивидуального предпринимателя, но не «вспышке».

Наиболее эффективным для воплощения в жизнь стадии «вспышка» представляется использование опыта реализации программы «Пирамида», в основу которой положены идеи немецких консалтинговых фирм (в частности, компании GOPA – «Gesellschaft für Organisation, Planung und Ausbildung GmbH – Consultants») [7], адаптированные к условиям российской экономики. Данная методика применялась в Новосибирской, Кемеровской областях и в Алтайском крае, с 1993 г. она успешно реализуется в Свердловской области.

Обучение по методике курса «Пирамида» предполагает определение целевых групп слушателей, отбор и непосредственно обучение потенциальных и начинающих предпринимателей. Программа включает четыре самостоятельных этапа (переход на каждый последующий этап осуществляется с определенным отбором):

1. Определение предпринимательского потенциала.
2. Поиск деловой идеи (бизнес-идеи).
3. Разработка бизнес-плана.
4. Презентация бизнес-плана.

Первый этап позволяет участникам оценить свои предпринимательские способности. Это достигается посредством специально разработанных упражнений, игр и тестов, которые моделируют определенные аспекты предпринимательского поведения и таким образом дают каждому участнику шанс выяснить, способен (желает) ли он быть предпринимателем. Участники, обнаружившие, что предпринимательство не соответствует их способностям и представлениям, обычно прекращают процесс обучения на этом этапе.

Второй этап заключается в поиске бизнес-идеи. Как правило, каждый участник уже имеет свой замысел. Но часто речь идет об идее, которая не соответствует способностям или возможно-

стям будущего предпринимателя или не имеет рыночных перспектив. На данном этапе обучения предлагаются методы для поиска новых идей. В конце этапа может оказаться, что первоначальная идея участником отвергнута как утопическая и выбрана новая, более реалистичная. По окончании этапа предполагается презентация бизнес-идеи. Слушатели, отказавшиеся от выступления, так же как и после первого этапа, прекращают процесс обучения.

На третьем этапе участники учатся разрабатывать подробный бизнес-план по выбранной на втором этапе бизнес-идее, который соответствует современным требованиям финансирующих учреждений. Важно отметить, что слушатели должны сами собрать всю необходимую информацию для составления бизнес-плана. С этой целью в течение курса предполагается выделение времени для самостоятельной работы и общения с тренерами-консультантами и экспертами.

Четвертый этап предполагает презентацию подготовленного бизнес-плана. Цель презентации – выслушать мнения специалистов-экспертов относительно потенциала планируемого бизнеса. Впоследствии предприниматель может обсудить с членами экспертной комиссии (представители банков, различных фондов поддержки предпринимательства) детали предоставления поддержки.

В результате обучения предприниматели получают необходимые для бизнеса компетенции: навыки публичных деловых коммуникаций; готовность к изменению профиля своей профессиональной деятельности; способность принимать организационно-управленческие решения и оценивать их последствия; способность разрабатывать бизнес-планы, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию.

Использование гейминизации в процессе обучения предпринимателей и граждан, желающих заняться предпринимательской деятельностью, позволит готовить предпринимательские кадры на системной основе и привлечь в малый бизнес молодежь. Это будет способствовать увеличению количества субъектов предпринимательской деятельности и, в конечном итоге, внесет вклад в развитие экономики Свердловской области и Российской Федерации. ■

As mentioned above, there are four stages of an entrepreneur's development. If during a training session active games are used, then there are strong chances that such education will be useful at any stage, especially in the first ("flash") and the third ("seeming stabilization").

Nowadays there is a variety of educational programs for first-time entrepreneurs that inform their potential clients about the opportunity to start their own business (after the course is completed). However, in most cases attending such programs does not initiate the "flash" stage, but simply provides "a road map", i.e. guidelines for registering a company or a sole trader.

The most effective way to enter the "flash" stage is using the experience of implementing the Pyramid Program. The Program is based on ideas of the German consulting companies (in particular, GOPA – Gesellschaft für Organisation, Planung und Ausbildung GmbH – Consultants) [7], adapted to the conditions of the Russian economy. This methodology was used in Novosibirsk and Kemerovo oblasts, Altai Krai, and since 1993 it has been successfully implemented in Sverdlovsk oblast.

The methodology of the Pyramid Program involves determining the target groups of students, selection process and training for would-be and aspiring entrepreneurs. The program consists of four independent and full-fledged stages (after each stage the most appropriate candidates are selected):

1. Establishing the potential for entrepreneurial activity.
2. Searching for a viable business idea.
3. Developing a business plan.
4. Presenting a business plan.

The first phase allows the participants to access their entrepreneurial skills. This is achieved through purposely designed exercises, games and tests which simulate certain aspects of entrepreneurial behaviour and thus give each participant a chance to find out if he/she is able (or wishes) to become an entrepreneur. The students who decide that entrepreneurship does not match their abilities and expectations usually stop the learning process at this stage.

The second step is to find a business idea. As a rule, every student has already produced their own idea, but very often it does not correspond to the skills or opportunities of the future entrepreneur or does not have a market outlook. At this training stage the methods for searching new

business ideas are suggested. At the end of this step it may happen that the original idea is rejected by the entrepreneur as utopian and a new, more realistic business idea is proposed. The result of the phase is a presentation of the ultimate business idea. After the second stage (as well as after the first) students who refuse or fail to make a presentation are dismissed.

During the third stage the participants learn to develop a detailed business plan for implementing the idea worked out in the previous phase. The plan should meet modern requirements of the sponsoring organizations. It is worth noting that students should gather all the necessary information themselves to prepare a business plan. To that end, during the course there is some time for students to work independently and communicate with coaches and experts.

In the fourth stage the participants make the presentation of the prepared business. The purpose of the presentation is to listen to the experts' opinions about the business idea's potential. After that the entrepreneur is free to discuss all the details of funding with the members of the expert board (it is comprised of representatives of banks, various business supporting funds, etc.).

During the training program entrepreneurs acquire necessary competences for doing business: skills of public business communication; readiness to change the direction of their professional activity; ability to make organizational and managerial decisions and assess the consequences; skills to develop business plans, programs of organizational development and changes and ensure their implementation.

Using gamification in training of first-time entrepreneurs and people who are planning to go into business makes it possible to train entrepreneurial staff in a systematic manner and attract young people to small business. It will increase the number of business entities and, eventually, contribute to the development of Sverdlovsk oblast and the Russian Federation. ■

Источники

1. Бочко В.В. Государство и предпринимательство (содействие развитию малого и среднего бизнеса): учеб. пособие. Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 2012.
2. Бочко В.В., Попова И.Н. Малое и среднее предпринимательство: становление и механизмы развития: учеб. пособие. Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 2012.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ, часть вторая от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ, часть третья от 26 ноября 2001 г. № 146-ФЗ и часть четвертая от 18 декабря 2006 г. № 230-ФЗ) (с последними изм. от 8 декабря 2011 г.).
4. Зикерманн Г., Линдер Дж. Геймификация в бизнесе: как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников и клиентов: пер. с англ. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.
5. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство или как завести собственное дело. Вып. 1. Предприниматель и предпринимательство. М.: Прогресс-Универс, 1991.
6. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М.: ЭКСМО, 2007.
7. GOPA Consultants. Official website. URL: www.gopa.de/
8. Sichertman G., Linder J. The Gamification Revolution. URL: <http://gamificationrevolution.com/>

References

1. Bochko V.V. *Gosudarstvo i predprinimatel'stvo (sodeystvie razvitiyu malogo i srednego biznesa)*. [The state and entrepreneurship (encouraging development of small and medium-sized businesses)]. Yekaterinburg, USUE Publ., 2012.
2. Bochko V.V., Popova I.N. *Maloe i srednee predprinimatel'stvo: stanovlenie i mekhanizmy razvitiya*. [Small and medium-sized enterprises: the formation and development mechanisms]. Yekaterinburg, USUE Publ., 2012.
3. Civil Code of the Russian Federation (Part One of November 30, 1994 no. 51-FZ, Part Two of January 26, 1996 no. 14-FZ, Part Three of November 26, 2001 no. 146-FZ and Part Four of December 18, no. 230-FZ) (amended on December 8, 2011).
4. Zichertmann G., Linder J. *The Gamification Revolution: How Leaders Leverage Game Mechanics to Crush the Competition*. New York, McGraw-Hill, 2013. 256 p. (Russ. ed.: Geymifikatsiya v biznese: kak probitsya skvoz shum i zavladet vnimaniem sotrudnikov i klientov. Moscow, Mann, Ivanov i Ferber Publ., 2014).
5. Hisrich R., Peters M. *Entrepreneurship. Starting, Developing, and Managing a New Enterprise. Vol. 1. Entrepreneur and Entrepreneurship*. Homewood: B.P.I./Irwin, 1989. (Russ. ed.: Predprinimatel'stvo ili kak zavesti sobstvennoe delo. Vyp. 1. Predprinimatel i predprinimatel'stvo. Moscow, Progress-Univers Publ., 1991).
6. Schumpeter J. *Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. Kapitalizm, sotsializm i demokratiya*. [The theory of economic development. Capitalism, socialism and democracy]. Moscow, EKSMO Publ., 2007.
7. GOPA Consultants. Official website. Available at: www.gopa.de/
8. Zichertmann G., Linder J. The Gamification Revolution. Available at: <http://gamificationrevolution.com/>